

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI FLEXI TELKOM
SURAKARTA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN OPERATOR LAIN**

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu

Telkom Flexi Surakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar S-1

Universitas Muhammadiyah Surakarta



FANNY AMALIA RAHMAN

L 100 060 026

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2011

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI FLEXI TELKOM SURAKARTA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN OPERATOR LAIN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

FANNY AMALIA RAHMAN
L 100 060 026

Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Dewan Penguji
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. A. Muhibin, M.Si

Dian Purworini, S.Sos, MM

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI FLEXI
TELKOM SURAKARTA DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN OPERATOR LAIN**

Yang disiapkan dan disusun oleh

FANNY AMALIA RAHMAN

L 100 060 026

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: ... September 2011

dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar kesarjanaan S-1

Susunan Dewan Penguji:

- | | | |
|--|----------|----------|
| 1. Drs. A. Muhibin, M.Si | (|) |
| 2. Dian Purworini, S.Sos, MM | (|) |
| 3. Budiono Santoso, S.Sos. M.Si | (|) |

Surakarta, ... September 2011
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Dekan,

Husni Thamrin, M. T., Ph. D.

NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, ... Oktober 2011

FANNY AMALIA RAHMAN

L 100 060 026

MOTTO

*Tidak akan menjadi kenyataan di dunia ini jika manusia di dunia
tidak pernah bermimpi*

Sukses adalah Hak saya.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

*Kedua orangtua, bapak, ibu tercinta,
Kedua kakakku dan Pacar (Suratman, Titik Wahyu. W, Adnan Wahyu. A,
Fitriana dan Galuh Lukhtasari),
Serta orang-orang yang mendukung saya.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkahNya yang selalu memberikan jalan kepada seluruh umatNya saat dihadapkan dengan kesulitan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun skripsi disusun dengan maksud untuk memenuhi persyaratan dalam rangka mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Husni Thamrin, M. T., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Ibu Rinasari Kusuma, S. Sos, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. A. Muhibin, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberi pengarahan dan dukungan kepada penulis.

4. Ibu Dian Purworini, S.Sos. MM, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi semangat dan arahan yang baik kepada penulis demi terselesaikannya skripsi yang penulis lakukan.
5. Semua Dosen Ilmu Komunikasi yang dengan bijak dan sabar membagi ilmunya serta staf yang ada di Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak Suratman dan Ibu Titik Wahyu Widayati, selaku orangtua penulis yang selalu memberikan semangat, mengajarkan kesabaran, dan kejujuran dalam menjalani hidup.
7. Kakakku tercinta Adnan Wahyu Anggoro yang selalu memberi semangat, motivasi, dan dorongannya.
8. Kekasih saya Galuh Lukitasari yang selalu memberi semangat, motivasi dan dorongannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga besar PT. TELKOM DIVISI FLEXI SURAKARTA Pak Totok, Pak Agung, Pak Uda, Ibu Murni, dan staf-staf Divisi Flexi Telkom Surakarta.
10. Untuk teman-temanku se angkatan, Sobani, Agus Ndus, Annurdy, Nasyid, Gino, Ghani, Maman, Meika, Sakti, Uma, dan Vidia, serta seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2006, terima kasih untuk semuanya.
11. Rekan-rekan Ngah Houston Management
12. Warga komplek Perum Ums yang tidak bisa penulis sebut satu per satu, Warga Ngronggah, Cemani, Hardjodipuran, Mendungan, Sangkrah, Widuran, Kemlayan, dll.

Di dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih sangat jauh dari sempurna, untuk itu segala macam kritik maupun saran membangun sangat penulis harapkan.

Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi pembaca yang berkepentingan. *Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Surakarta, ... September 2011

Penulis,

FANNY AMALIA RAHMAN

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2. Landasan Teori.....	12
2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	21
2.3 Periklanan (Advertising).....	30
2.4 Penjualan Personal (Personal Selling).....	32
2.5 Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	34
2.6 Hubungan Masyarakat (Public Rletion).....	35
2.7 Pemasaran Langsung (Direct marketing).....	38
2.8 Konsep Penelitian	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	42
3.2 Jenis Penelitian.....	42
3.3 Obyek Penelitian.....	43
3.4 Subyek Penelitian.....	44
3.5 Lokasi Penelitian.....	44

	3.6 Sumber Data.....	44
	3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	45
	3.8 Validitas Penelitian.....	47
	3.9 Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV	DESKRIPSI LOKASI	
	1. Gambaran PT. Telkom.....	46
	2. Telkom Flexi	57
BAB V	HASIL PENELITIAN	
	1. Gambaran Produk.....	58
	2. Strategi Pemasaran.....	66
	3. Strategi Komunikasi Pemasaran Telkom Flexi Surakarta.....	70
	3.1 Periklanan (Advertising).....	71
	3.2 Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	78
	3.3 Public Relations.....	79
	3.4 Penjualan Langsung (Direct Marketing).....	84
	5. Pembahasan.....	86

5.1 Strategi Pemasaran Telkom Flexi.....	86
--	----

5.2 Aplikasi Komunikasi Pemasaran Telkom Flexi Surakarta	89
--	----

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	97
--------------------	----

B. Saran.....	99
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAK

FANNY AMALIA RAHMAN
L100 060 026

Fanny Amalia Rahman, L 100060040, Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Flexi Telkom Surakarta Dalam Menghadapi Persaingan Operator Lain, Sekripsi, Program Studi Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations*, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011.

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini komunikasi merupakan hal yang sangat penting, Divisi Telkom Flexi Surakarta yang telah mendapat citra baik di banyak pelanggan harus mempertahankannya agar tidak kalah dengan operator lainnya. Dengan persaingan yang begitu ketat menjadikan loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangatlah penting, Dengan menggunakan Komunikasi pemasaran terpadu adalah upaya terbaik yang dilakukan perusahaan sebagai upaya pemeliharaan terhadap konsumen, karena pada prakteknya biaya yang dikeluarkan untuk menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, jauh lebih kecil daripada biaya untuk mencari pelanggan baru.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Divisi Telkom Flexi Surakarta dalam menghadapi persaingan operator lain. 2) Untuk mengetahui langkah-langkah yang dilakukan Divisi Telkom Flexi Surakarta dalam melakukan usaha untuk mempertahankan pelanggan yang menggunakan produk flexi.

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Langkah-langkah analisis data yaitu observasi, wawancara, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini bahwa TELKOMFLEXI Surakarta bahwa diperlukan analisis SWOT sebelum melakukan strategi IMC. Komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh *TELKOMFLEXI* seperti iklan, publisitas, *personal service*, *direct marketing*, dan ditambah dengan penggunaan internet dalam promosi *online* melalui jejaring sosial dan website telah memberikan hasil sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dan misi dari perusahaan. Memang masih terdapat beberapa kelemahan, salah satunya adalah dimana tidak adanya *Public Relations* yang ditunjuk secara khusus menjadikan kendala dalam penyampaian kegiatan yang dilakukan. Namun hal itu dapat ditutupi dengan melakukan publisitas yang baik dan tepat.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Iklan, Promosi Penjualan, *Public Relations* dan Publisitas dan Pemasaran Langsung.